

ABSTRAK

Penelitian ini meneliti tentang bagaimana keselarasan kebijakan pemerintah dengan iklan luar ruang yang bersinggungan langsung dengan masyarakat di wilayah Kabupaten Sleman. Kabupaten Sleman menjadi objek penelitian dikarenakan jumlah serta penempatan iklan luar ruang yang terdapat di Kabupaten Sleman dirasa telah menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk dikaji lebih dalam. Keberadaan iklan luar ruang di Kabupaten Sleman dapat dikatakan telah menjadi sebuah keresahan yang dialami masyarakat setempat mengenai penempatan, penataan serta efektifitasnya. Permasalahan tersebut dikaji lebih dalam ke dalam sebuah rumusan masalah yaitu “Bagaimana keselarasan antara iklan luar ruang dengan kebijakan pemerintah daerah Kabupaten Sleman?”

Tujuan penelitian ini adalah menemukan solusi akan permasalahan yang terdapat dalam pengelolaan iklan luar ruang yang saat ini terkesan semrawut. Dengan adanya solusi melalui penelitian diharapkan akan menciptakan Kabupaten Sleman sebagai sebuah kota yang bersahabat khususnya dalam pengelolaan iklan luar ruang.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik yang digunakan adalah analisis deskriptif yang mengkaji lebih dalam tentang penataan iklan luar ruang. Teori yang digunakan adalah teori iklan yakni untuk mengkaji mengenai landasan penggunaan iklan dalam penyaluran informasi. Teori *Awareness, Trial, Reinforcement* (ATR) sebagai landasan bagaimana iklan dapat berjalan secara efektif. Teori iklan luar ruang yang digunakan untuk mengkaji bagaimana semestinya iklan luar ruang bekerja.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa telah terjadi keselarasan antara pihak pemerintah dan masyarakat mengenai iklan luar ruang di Kabupaten Sleman. Namun untuk mewujudkannya diperlukan kerjasama yang baik antara pemerintah dan masyarakat sehingga tercipta sebuah pengelolaan iklan luar ruang yang baik. Karena dengan pengelolaan iklan luar ruang yang baik maka akan terwujud iklan luar ruang yang efektif dalam menyampaikan pesan serta menjadi faktor pendukung kota untuk menjadi lebih baik.

ABSTRACT

This research is scrutinize how the conformity government policy and outdoor advertisement which affect the society of Sleman Regency directly. Sleman Regency is the direct of this research due to amount and placement of outdoor advertisement has been the interesting phenomenon that need to be studied further more. The placement, arrangement, and effectiveness about the existence of outdoor advertisement has been the social unrest. A hypothesis of that problem is “How the Conformity between Outdoor Advertisement and Government Policy Sleman Regency”

The aim of this research is to find out the best solution for the outdoor advertisement management's which is not in a good order. Hopefully this solution will create Sleman Regency as friendly town especially in outdoor advertisement management.

This research use a qualitative method. Descriptive analysis is the technic that used to investigate about outdoor advertisement arrangement. The theory that used are advertisement theory, Awareness Trial Reinforcement (ATR) theory, and outdoor advertisement theory. The advertisement theory is used to scrutinize the base uses of the advertisement itself in informing some information. Awareness Trial Reinforcement (ATR) theory is used as a base of how the advertisement can run effectively outdoor advertisement theory is used to study how outdoor advertisement supposed to be work.

The research's result show that there is a conformity between the government and the society about the outdoor advertisement in Sleman Regency. However good cooperation between government and society is needed to realize good outdoor advertisement management. A good outdoor advertisement's will create an effectively outdoor advertisement within transferring message and it can be better town supporting factor.